

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
**«БЕЛГОРОДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ  
ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**  
( Н И У « Б е л Г У » )

ИНСТИТУТ МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ И  
МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ  
КАФЕДРА АНГЛИЙСКОЙ ФИЛОЛОГИИ И МЕЖКУЛЬТУРНОЙ  
КОММУНИКАЦИИ

**Неономинации в современном масс-медийном дискурсе**

Выпускная квалификационная работа

обучающегося по специальности  
45.05.01 Перевод и переводоведение

очной формы обучения  
группы 04001217  
Котова Ярослава Игоревича

Научный руководитель:  
канд. филол. н., доц.  
Виноградова Е.А.

Рецензент:  
д. филол. н., доц.  
Беседина Т.В.

БЕЛГОРОД 2017

## ОГЛАВЛЕНИЕ

<b>Введение</b> .....	3
<b>Глава 1. Особенности и концептуальный аспект неониминаций</b> .....	6
1.1. Краткая характеристика неологизмов.....	7
1.2. Различные подходы исследования неологизмов .....	12
1.3. Методы образования неологизмов .....	15
1.4. Классификация интернет-сленга.....	19
1.5. Рассмотрение особенностей интернет-сленга.....	24
1.5. Определение современного дискурса .....	25
<b>Выводы по Главе 1</b> .....	28
<b>Глава 2. Репрезентация неониминаций в СМИ</b> .....	30
2.1. Влияние социальных сетей на развитие английского языка.....	33
2.2. Влияние интернета на образование неониминаций.....	35
2.3. Неологизмы в различных сферах общества.....	38
2.4. Социальные сети и их влияние на неологизмы.....	42
<b>Выводы по Главе 2</b> .....	44
<b>Заключение</b> .....	46
<b>Список литературы</b> .....	49
<b>Список словарей</b> .....	52
<b>Приложение</b> .....	54

## Введение

В данной выпускной квалификационной работе рассматривается влияние неологизмов на английский язык в массмедийном дискурсе. Английский язык функционирует в обществе, которое закономерно развивается, эволюционирует и поэтому постоянно нуждается в языковой поддержке и отражении изменений, а значит так или иначе стимулирует языковые процессы. Существенной особенностью словарного состава является его непосредственная обращенность к явлениям действительности, поэтому именно в лексике отражаются все изменения, происходящие в общественной жизни, что неизбежно влечет за собой создание новых наименований. Новообразования в средствах массовой информации вызывают особый интерес исследователей, поскольку именно в этой сфере слово должно обладать экспрессивностью, привлекать внимание аудитории, для чего зачастую конструируются лексические единицы, способные выполнить определенную коммуникативную задачу. При этом именно СМИ оказываются распространителем новообразования, средством его популяризации.

Лексический строй любого языка постоянно пополняется, обогащается, обновляется, то есть слова исчезают, выходят из употребления, другие, наоборот, появляются, начинают активно использоваться носителями языка. Лексический запас языка может обогащаться разными путями. Например, в определенные периоды развития государства в его языке появляется значительное количество заимствованной лексики, что наблюдается, например, в настоящий период. Однако основным источником пополнения словарного запаса является не заимствование, а образование новых лексических единиц на базе родного языка путем использования разных способов словообразования.

Современный английский язык очень сильно зависит от средств массовой информации и масс-медиа и в настоящий момент, так же как и

многие другие языки, переживает «неологический бум». Огромный приток новых слов и необходимость их описания обусловили создание особой отрасли лексикологии – неологии – науки о неологизмах. Особенно много неологизмов появляется в научно-техническом языке в результате бурного прогресса науки и техники. Так, например, в русском языке в период появления и развития авиации возникли следующие слова: самолет, летчик, приземляться, воздушная яма и др. Появление радио привело к возникновению таких слов, как радиоприемник, радиопомеха, радировать и др. В английском языке примерами неологизмов могут служить слова, появившиеся сравнительно недавно например: *televiwer*—телезритель, *atomicpile* — атомный реактор, *brandalism*—завешивание городских фасадов уродливыми рекламными постерами.

**Актуальность** данной исследовательской работы обусловлена тем, что английский язык постоянно развивается под влиянием масс-медии. Большая часть мира использует английский язык при общении за рубежом и с иностранцами, поэтому английскому языку, как и любому другому языку, свойственно меняться при появлении новых трендов, а также видов субкультур и социальных подгрупп.

**Объектом** данной работы являются интернет неологизмы и влияние СМИ и социальных сетей на различные новообразования в английском языке. **Предметом** исследования выступают способы образования и употребления неологизмов в различных сферах общества.

**Целью** выпускной квалификационной работы является идентификация неологизмов в средствах массовой информации и их влияние на развитие языка. Таким образом, для достижения поставленной цели необходимо выполнение следующих **задач**:

- проанализировать теоретические исследования, предоставляющие характеристики неологизмов;
- выявить методы образования неологизмов;
- провести комплексный анализ неологизмов в различных сферах;

- определить уровень влияния неологизмов на развитие языка.

**Методы исследования** были определены целью и поставленными задачами, таким образом, основными методами оказались – Анализ, индукция, дедукция, наблюдение

**Теоретической базой** выступили труды отечественных и зарубежных исследователей неологизмов (В.Е. Чернявская, А.Н. Ильина, К.К. Агузарова, А.А. Брагина, В.И. Куликова, Д. Кристал; Д. Скалон), которые помогли выявить основные характеристики неологизмов и методы их образования.

**Практическая значимость** исследования выражается в том, что проанализированный и систематизированный материал и результаты исследования могут быть использованы при работе с неониминациями и неологизмами на практических занятиях английского языка.

**Структура** выпускной квалификационной работы обусловлена поставленными целями и задачами и состоит из Введения, двух Глав, Заключения, Списка использованной литературы; Списка использованных словарей и приложения

## ГЛАВА 1. ОСОБЕННОСТИ И КОНЦЕПТУАЛЬНЫЙ АСПЕКТ НЕОНОМИНАЦИЙ

Многие неологизмы зачастую вызывают трудности перевода и смятение у тех, кто не в курсе последних трендов. Каждый день миллионы людей онлайн употребляют различные аббревиатуры и интернет неологизмы. 90% молодого поколения владеет современными акронимами, аббревиациями и интернет сленгом. В то время как более взрослым людям все сложнее и сложнее понимать, о чём зачастую идёт речь.

Понимание современного языка очень важно. В качестве примера хотелось бы привести случаи произошедший во время интернет-видеотрансляции в 2015г. Во время матча в популярную киберспортивную игру один игрок потерял самообладание и написал в чат, что он настолько зол, что готов пойти и расстрелять завтра всех в школе. После удивленной реакции со стороны его друзей он в конце добавил JK (joke)—шучу. Зачем последовали ответы типа lol, lmao, XD. Однако в этот момент видеотрансляцию смотрела взрослая женщина и решила сообщить о его намерениях в органы правопорядка. Парня посадили в следственный изолятор на 15 дней и заставили проходить курс психотерапии в течение 2 лет. Все это можно было избежать, если бы он не терял самообладания или если бы женщина знала значение современных аббревиатур.

Как и любое социальное явление, язык постоянно развивается. Это непосредственно связано с развитием общества, с научно-техническим прогрессом, с внедрением разного рода инноваций, и, по мнению многочисленных исследователей, влечет за собой необходимость создания новых слов.

## 1.1. Краткая характеристика неологизмов

В рамках неологии—раздела языкознания, изучающего разновидности, способы образования и употребления неологизмов, лингвисты описали модели новых слов с позиций структурной семантики (Абросимова Л.С., Антюфеева Г.М., Несветаило М.А., Полухина В.П.), лингвопрагматики (Алаторцева С.Т., Сенько Е.А.) когнитивной лингвистики (Заботкина В.И., Попова Т.В., Розен Е.В.) и теории перевода (Артемова Т.В., Гуральник Т.А., Катлинская Л.П.).

В зарубежной науке активно разрабатывается лексикографическое направление в неологии (Ayto J., Barhnhart R. K., Cook C.P., Sanders E.), суть которого заключается в описании лексического и грамматического значения нелогической единицы с целью ее регистрации в словарях литературного языка. Однако, несмотря на высокий научный интерес к вопросу изучения новой лексики, в языкознании до сих пор отсутствует единая точка зрения на проблему в лингвистическом смысле.

Основным объектом изучения неологии является **неологизм** (с др.-греч. – новый + слово), который можно охарактеризовать как слово, значение слова или словосочетание, недавно появившееся в языке (новообразованное, отсутствовавшее ранее) (<http://cube-washing.ru/dobro-pozhalovat/chto-takoe-neologizm>).

Неологизмы—это слова, которые являются абсолютно новыми лексическими единицами для каждого исторического периода. Такие слова еще не успели войти в активный словарный запас, поэтому могут быть непонятны (<http://bibliofond.ru/view.aspx?id=808686>).

Термин «неологизм» применяется к вновь созданным на материале языка, в полном соответствии с существующими в языке словообразовательными моделями словам или словосочетаниям, обозначающим новое, ранее неизвестное, несуществующие понятие, предмет, отрасль науки, род занятий, профессию. Например, reactor – ядерный реактор, biocide – биологическая война, так и к собственно

неологизмам, а именно к вновь созданным синонимам уже имеющему в языке слову для обозначения известного понятия, к сопутствующим семантическим и стилистическим оттенкам слова, которые накладываются на его основное значение, а также к словам в новом значении. Например, слово *boffin* (ученый, занятый секретной работой, чаще всего в военных целях) является близким синонимом слова “*scientist*”, однако имеет другой семантический оттенок. Отмечается также некоторая неоднородность состава этих лексических инноваций по причинам своего появления, по своей устойчивости в языке, по частоте употребления, по дальнейшей судьбе, когда одни из них прочно входят в язык, а другие являются менее устойчивыми и могут выйти из употребления через какой-то относительно короткий период времени.

Причиной появления неологизмов является общественный и научно-технический прогресс: появление новых социально-экономических реалий, открытия в области науки и техники, достижения в сфере культуры. Признаком неологизма является абсолютная новизна слова для большинства носителей языка. Слово является неологизмом очень непродолжительное время. Как только слово начинает активно употребляться, оно теряет признак новизны и становится общеупотребительным. В настоящее время слова «луноход», «космодром», «радар», «ракета-носитель», «программирование» не являются неологизмами. Эти слова были новыми для своего исторического периода, но сейчас освоены языками и не воспринимаются носителями языка как новые.

Для исследования адаптации неологизмов в языке можно условно представить «цепочку неологизации» объекта действительности следующим образом:

Человек создающий это новое слово – в англ. *Originator*

Социализация слова – принятие его в обществе.

Следовательно, при переводе текстов с неологизмами специалисты встречаются с рядом трудностей. Проблемы, безусловно, есть и в



литературоведении, и в теории перевода. Многие из слов, которые для читателя 19 века были неологизмами, стали для нашего современника обычными словами. Некоторые обычные слова того века превратились в архаизмы. Однако в эпоху создания произведения любой неологизм вводился автором с определенными целями, для того чтобы усилить выразительность и точно воспроизвести речь.

Важным этапом характеристики неологизмов является анализ их классификаций, например, классификация Котелова Н.З.:

1. поэтические неологизмы;
2. физиологические неологизмы — возникают в речи детей, обычно в возрасте до 5 лет;
3. патологические неологизмы — симптом патологии речи. (дисфункциональная речь - заикание, маразм, шизофрения) (Котелова, 1990, 205-206)

Поэтические и физиологические неологизмы не являются проявлением психопатологии, а патологические неологизмы, в свою очередь, являются проявлением атактического мышления, являющегося одним из симптомов шизофрении, который проявляется обычно на её глубоких стадиях.

Патологические неологизмы могут быть:

- пассивными – носят характер бессмысленных звукосочетаний, состоят из конгломератов обломков слов;
- активными – всегда что-либо обозначающие, возникают вследствие искажённой переработки словесного материала.

(В. М. Блейхер, И. В. Крук. Неологизм // Толковый словарь психиатрических терминов. — МОДЭК, 1995)

Активные неологизмы образуются при возникновении атактических замыканий (см. шизофрения), проникающих внутрь слова, они связаны с так называемым шизофреническим сгущением понятий, характеризуются лабильностью – прежние не повторяются, легко возникают новые. *Й. А.*

(Стоименов, М. Й. Стоименова, П. Й. Коева и др. Психиатрический энциклопедический словарь)

Неологизмы также встречаются при расстройствах, связанных с выраженным упадком личности (при пресенильной деменции Альцгеймера, деменции при болезни Пика, прогрессирующем параличе и других).

В некоторых случаях в неологизмы придумываются больным для того, чтобы выразить содержание психотической продукции, для обозначения понятий, аналогов которых нет в языке психически здоровых. В других случаях в неологизмах невозможно найти какого-либо смысла. На основе неологизмов может образовываться «новый язык», который обозначается термином «неоглоссия» или «криптолалия».

В наше время развитие технологий летит вперёд, и поэтому постоянно возникают всё новые и новые изобретения в технической сфере, а в результате все новые и новые слова, но это только технические неологизмы, вызванные появлением новой технологии. Помимо такого рода формирования слов есть ещё множество классификаций, подразделяющихся в зависимости от:

- способа образования неологизма;
- способа появления:
  - лексические, которые создаются по продуктивным моделям или заимствуются из других языков;
  - семантические, которые возникают в результате присвоения новых значений уже известным словам;
- условий создания, и их можно разделить на:
  - общеязыковые, появившиеся вместе с новым понятием или новой реалией;
  - индивидуально-авторские, введенные в употребление конкретными авторами;
- целей создания новых слов, их назначения в реч, и все неологизмы можно разделить на:

- номинативные;
- стилистические.

Помимо этого, можно выделить неологизмы сокращения; закон экономии усилий, являющийся одним из самых важных в языковом развитии, обуславливает постоянный процесс «конденсирования» средств выражения, появление различного рода сокращений. Словосочетания, употребляемые в виде инициальных сокращений, сокращенные слова (по принципу апокопы и афереза), сокращенные фразы и т.д. представляют значительный теоретический и практический интерес, требуют лексикографирования и нормирования.

В англоязычной лексики существует целый ряд специальных словарей сокращений, однако первоначально новые сокращения включают в списки новых слов, а затем в словари неологизмов. По данным ряда исследователей, апокопа, то есть усиление конца слова, - самый часто встречающийся тип сокращения слов. Наиболее продуктивным способом является просто отсечение части слова,—особенно если в состав полной основы входит графема «о»: info, memo, steno, aristo (aristocracy), enviro (environmental) и т.д. Такие сокращенные слова могут употребляться как самостоятельно, так и входить в состав сложного слова, часто соединяясь с ним через дефис например aristo-pop, techno-bable и т.д.

Также существует ещё классификация неологизмов, выделенная И.С. Улухановой, где к языковым неологизмам можно отнести:

Лексические неологизмы, которые в свою очередь подразделяются на:

а) целиком заимствованные слова (слова иноязычного происхождения);  
заимствованные аббревиатуры;

б) слова не заимствованные, а созданные в самом языке из:  
заимствованных морфем; заимствованного префикса, или заимствованной морфемы, но уже существовавшей в самом языке, тогда появляется новое слово);

в) слова, созданные суффиксальным способом словообразования;  
 г) слова, образованные при помощи словосложения (одно из них может быть непосредственным заимствованием, а второе исконным: оба могут быть либо заимствованными, либо исконными) ([http://www.ruslang.ru/agens.php?id=book\\_uluxanov2012b](http://www.ruslang.ru/agens.php?id=book_uluxanov2012b)).

Также можно выделить классификацию неологизмов В.И. Заботкиной:

1) **Лексические** неологизмы – вновь созданные или заимствованные слова, с помощью словообразовательных средств языка (аварийка);

2) **Семантические** – морж (любитель зимнего купания), вагон (очень много), махнуться (обменяться) и др., в советское время – звено, ячейка, увязка, ферма, ясли и т.п.;

3) **Окказиональные** слова – это употребленные один раз, индивидуально-авторские неологизмы с особой стилистической нагрузкой (Красный цвет зареет издали (Блок), Машинье вздыхало (Маяковский). Они обычно не переходят в разряд общеупотребительных слов.

## 1.2. Различные подходы исследования неологизмов

В современной английской неологии можно выделить два основных направления:

1) исследования специфики обновления словарного состава языка;

2) выявление и изучение проблематики, связанной с лексикографированием неологизмов.

В рамках первого направления в отечественной лингвистике исследования проводились в русле современной теории номинации, которая развивалась как теория, направленная на объяснение пути от понятия к его обозначению в языке (Н.Д. Арутюнова, В.Г. Гак, Е.С. Кубрякова, Б.С. Серебренников, В. Н. Телия, А.А. Уфимцева). Именно неология явилась той частью общей теории слова, разработка которой позволила увидеть важнейшие направления и тенденции развития лексической структуры языка.

В рамках системного описания словарного состава английского языка, используя структурно-семантические методы описания моделей новых слов (Волошин Ю.К.), а также с позиций деятельностного и коммуникативно-прагматического подходов (Заботкина В.И.), когнитивной лингвистики (Липилина Л.А., Е.Л. Боярская), лингвисты исследовали различные аспекты новой лексики современного английского языка, включая и перевод английских новообразований на русский язык (Хахам Бернайс). В зарубежной неологии данное направление представлено монографиями (Зоринг Варден, Рейманд Гози, К. Л. Липка) и публикациями (Д. Алего, Д. Аято, К. Барнхарт, Фридрих Маурер).

Второе направление, собственно лексикографическое, активно развивается в США и Великобритании (К. Барнхарт, Д. Алего, Д. Аято). Зарубежные лексикографы, авторы словарей английских неологизмов, ставят своей целью не только зафиксировать все новообразования и описать их лексическое значение, грамматический статус, способ создания, но и дать, по возможности, наиболее полное разъяснение их концептуального содержания, особенно в том случае, если новое слово служит для обозначения открытий в науке, новых понятий в социальной и культурной жизни нации, новых течений в политике. Отечественные исследователи также внесли свой вклад в разработку этого направления, предлагая теоретические обобщения, которые создают лингвистический фундамент современной англоязычной неологии, (Степанов Ю.С., Юмшанова Е.В.).

Слова-неологизмы появляются в языке тремя путями:

1) путем словообразовательной деривации – образования новых слов из существующих в языке морфем по известным (обычно продуктивным) моделям; наиболее распространены такие способы образования неологизмов, как суффиксация (заземленный – заземленность, накрутить – накрутка, дразнить – дразнильщик, геолог – геологиня), префиксация (постельцинский, супервыгодный), префиксально-суффиксальный способ (бытовой – обытовить, звук – озвучивать), сложение основ, часто – в сочетании с

суффиксацией (токсикомания, малокартинье, чужестранство), усечение основ, особенно характерное для образования неологизмов в разговорной речи (шиз– от слова шизофреник, бук – от букинистического магазина);

2) путем семантической деривации, т.е. развития в уже существующем слове нового, вторичного значения на основе сходства вновь обозначаемого явления с явлением уже известным например теневой – связанный с незаконными способами обогащения (теневой бизнес, теневая экономика); паралич – полное бездействие власти, экономических, социальных и политических механизмов в государстве (паралич власти, экономика на грани паралича), гастролёр – преступник, совершающий преступления в разных местах за пределами своего постоянного проживания;

3) путем заимствования слов из других языков (ваучер, имидж, маркетинг, ноу-хау, триллер и многие другие) или из неcodифицированных подсистем данного языка – из диалектов, просторечия, жаргонов: например, для 1960-х годов неологизмами были заимствованное из диалектов слово умелец, вошедшее в литературный оборот просторечное существительное показуха (и образованное от него прилагательное показушный), в современной речи ощущаются как относительно новые жаргонные по происхождению слова «беспредел», «разборка», «тусовка».

При анализе определений понятия «неологизм» различными исследователями становятся очевидными то, что термин неологизм применяется собственно ко вновь созданным синонимам к уже имеющемуся в языке слову для обозначения известного понятия. Однако при этом они несут коннотативные оттенки, т.е. сопутствующие семантические и стилистические оттенки слова, которые накладываются на его основное значение, а также к словам в новом значении.

Появляющиеся на периферии языковой системы неологизмы какое-то время находятся в распоряжении этой периферии и лишь постепенно, да и то не все, а наиболее отвечающие структурным требованиям слова языка, перемещаются к центру языковой системы, к основному словарному фонду.

Новообразования же, если и возникают на периферии, то гораздо быстрее (а порой и сразу) проникают ближе к центру, являясь востребованными и незаменимыми активно входят в словарный состав. Новообразования появляются как правило в языке науки, техники, культуры, политики, в то время как неологизмы – в разговорной речи.

### 1.3. Методы образования неологизмов

Людам, которые пишут и выпускают словари английского языка, нет покоя потому, что английский язык постоянно растёт и людям недостаточно миллиона с лишним слов. Англоговорящие люди постоянно добавляют новые слова в словарь в количестве около 1000 в год. Это такие слова как *blog, grok, crowdfunding, hackathon, airball, e-marketing, sudoku, twerk* и *Brexit*.

Но это лишь малая доля верхушка айсберга согласно мониторингу слов, каждый год образуются около 5400 новых слов и лишь 1000 достаточно часто используются чтобы попасть в печать. Кто и как образует эти слова? Кто за этим следит? И почему они не пропадают и как о них узнают?

У.Шекспира часто считают экспертным неголосистом, потому что 500 с лишним слов таких как (*Critic, swagger, lonely* и *hint*) впервые появились в его работе, но неизвестно придумал ли он их или транскрибировал с других языков.

Общепринято считать что самые плодотворные работы в образование новых слов принадлежат Джон Милтону давшему нам около 600 слов (*fragrance, pandemonium*); Джеффри Каусеру (*universe, approach*); Бену Джонсону (*rant, petulant*); Джону Доуну (*self-preservation, valediction*); Сэру Томасу Мору (*atonement, anticipate*). Все они конечно по количеству введённых неологизмов в речь позади Джона Милтона но тем не менее их вклад очень трудно переоценить

Неудивительно, что большую часть вклада в образование новых слов внесли писатели, но это было раньше. Но несмотря на наше слабое знание

того, кто способствовал образованию неологизмов и их имен, мы хорошо знаем, как зачастую это происходит: все новые слова образуются посредством 13 разных способов:

#### 1) Деривация

Самый распространенный способ создания нового слова – добавить префикс или суффикс к существующему слову. Следовательно, realisation (1610s), democratise (1798), detonator (1822), preteen (1926), hyperlink (1987) and monogamish (2011).

#### 2) Обратное формирование

Обратная задача: создание нового корневого слова путем удаления фантомного аффикса. Например, существительное sleaz было сформировано из «sleazy» примерно в 1967 году. Аналогичный процесс образовал слова ree, liaison, enthuse, aggress и donate. Некоторые лингвисты предлагают отдельную категорию для лексикализации, превращения аффикса в слово (ism, ology, teen), но на самом деле это просто тип обратного образования.

#### 3) Смешивание

Сопоставление двух существующих слов. Как правило, сложные слова начинают жизнь как отдельные сущности, затем соединяются дефисом и, в конечном счете, становятся единым целым. Это в основном существительные, которые формируются таким образом (fiddlestick, claptrap, carbondate, bailout), но слова из других классов также могут быть размыты: into (предлог), nobody (местоимение), daydream (глагол), awe-inspiring, environmentally friendly (прилагательные).

#### 4) Перераспределение

Взятие слова из одного контекста и применение его к другому. Таким образом, the crane, обозначающий подъемную машину, получил свое название от птицы с длинной шеей, а computer mouse назвали в честь длиннохвостого животного.

#### 5) Конверсия



Взятие слова из одного класса слов и пересадка его другому. Слово *giant* долгое время было просто существительным, то есть существом огромных размеров, до начала 15 века, когда люди начали использовать его в качестве прилагательного. Благодаря социальной медиа подобная судьба недавно постигла слово «friend», который теперь можно использовать в качестве глагола, а также существительного («Why didn't you friend me?»).

#### 6) Эпонимы

Слова, названные в честь человека или места. Вы можете распознать *Alzheimer's*, *atlas*, *cheddar*, *alsatian*, *diesel*, *sandwich*, *mentor*, *svengali*, *wellington* and *boycott* как эпонимы – но менее известны *gun*, *dunce*, *bigot*, *bugger*, *cretin*, *currant*, *hooligan*, *marmalade*, *maudlin*, *maverick*, *panic*, *silhouette*, *syphilis*, *tawdry*, *doggerel*, *doily* and *sideburns* (Вопрос в том, будут ли и в течение какого времени будут сохраняться заглавные буквы в эпонимах).

#### 7) Сокращения

Все более популярный метод. Существует три основных подтипа: вырезки, акронимы и инициализмы. Некоторые слова, которые мы, возможно, не знали, были многосложными или словосочетаниями: *gram* (*perambulator*), *taxi/cab* (*taximeter/cabriolet*), *mob* (*mobile vulgus*), *goodbye* (*God be with you*), *berk* (*Berkshire Hunt*), *rifle* (*rifled pistol*), *canter* (*Canterbury gallop*), *curio* (*curiosity*), *van* (*caravan*), *sport* (*disport*), *wig* (*periwig*), *laser* (*light amplification by stimulated emission of radiation*), *scuba* (*self-contained underwater breathing apparatus*), and *trump* (*triumph*). Хотя стоит отметить, что есть еще одно, несвязанное с этим: *unrelated sense of trump: to fabricate*, как в “trumped-up charge”)

#### 8) Одолженные слова

Иностранные ораторы часто жалуются, что их язык переполнен заимствованиями из английского языка. Но факт в том, что сам английский – ненасытный вор слов; Лингвист Дэвид Кристалл считает, что это ползучие слова, по крайней мере, из 350 языков. Большинство слов взяты из французского, латинского и греческого языков; некоторые более

экзотического происхождения - фламандский (hunk), румынского (cushty), португальский (fetish), нахуатиль (tomato - через испанский), таитянский (tattoo), русский (mammoth), майя (shark), гэльский (slogan) японский (tycoon), западно-тюркский (horde), валлонский (rabbit) и полинезийский (taboo). Кальки (fleamarket, brainwashing, loanword) являются переводами заимствований.

#### 9) Ономатопея

Создание слова путем имитации звука – plop, ow, barf, cuckoo, bunch, bump и midge все возникли таким образом.

#### 10) Редупликация

Повторение, или почти повторение, слова или звука. Этим методом мы обязаны таким словам, как flip-flop, goody-goody, boo-boo, helter-skelter, picnic, claptrap, hanky-panky, hurly-burly, lovey-dovey, higgledy-piggledy, tom-tom, hip-hop и cray-cray. (Willy-nilly, тем не менее, пришел к нам через сокращение «Willhe, nillhe»).

#### 11) Одноразовые слова

Слова, вырванные из воздуха, не имеющие никакого отношения к какой-либо существующей форме. Подтвержденные примеры немногочисленны и редки, но включают в себя quark (Мюррей Геол Ман), bling (неизвестный) и vine (Кайл Ньюмен).

#### 12) Ошибка

Ошибочные орфографические ошибки, искажения, неправильные проговаривания и неправильные переводы редко порождают новые слова сами по себе, но часто приводят к появлению новых форм в сочетании с другими механизмами. Например слово scramble, похоже, возникло как вариант от scrabble, но со временем две формы приобрели разные значения, поэтому одно слово теперь стало двумя. Точно так же слова «shit» и «science», благодаря длинной последовательности сдвигов и ошибок, оба в конечном счете происходят от одного корня. Теперь несуществующее слово helpmeet, или helpmate, является результатом библейского boo-boo. В версии

короля Иакова, латинский *adjutorium simile sibi* был представлен как «an help meet for him» - то есть «a helper suitable for him». Более поздние редакторы, менее знакомые с архаичным смыслом встречи, восприняли эту фразу как слово и начали перенос словесной помощи.

### 13) Языковая контаминация

Берётся одно слово, удалится произвольная его часть, а затем ставится целое слово, либо подобным образом обрезанное. Так появились *sitcom*, *paratroops*, *internet*, *gazunder* и *sexting*. (Примечание: некоторые лингвисты называют этот процесс смешением и резервируют термин *portmanteau* для конкретного подтипа смешания).

## 1.4. Классификация интернет-сленга

**Сленг** (англ. *slang*) — набор особых слов или новых значений уже существующих слов, употребляемых в различных группах людей (профессиональных, общественных, возрастных и так далее).

В английской лексикографии термин «сленг» получил широкое распространение приблизительно в начале XIX века. В отличие от просторечных выражений, сленг активно используют в своей речи и образованные люди, представители определённой возрастной или профессиональной группы (например, *ака* или *bb* в компьютерном сленге). Часто этим как раз и подчёркивается принадлежность к определённой группе людей. Общеизвестный пример — молодёжный сленг. Лингвисты выделяют так называемое «новое просторечие» («общий сленг»), которое представляет собой обширную группу нестандартных лексико-фразеологических единиц, постоянно пополняющихся за счёт различных социолектов. Эти единицы, выходя за пределы профессионального и корпоративного (группового) сленга, начинают употребляться широкими кругами носителей общелитературного языка, не ограниченными определёнными социальными рамками (возраст, профессия, уровень образования, общие интересы и другое).

Интернет-стенография, кибер-сленг, netspeak, или chatspeak относится к множеству сленговых языков, используемых разными людьми в Интернете. Примером интернет-сленга является «LOL», что означает «смеяться вслух». Трудно обеспечить стандартизованное определение интернет-сленга из-за постоянных изменений, внесенных в его характер. Тем не менее, это можно понять как тип сленга, который пользователи Интернета популяризировали и во многих случаях придумали. Такие термины часто возникают с целью сохранения нажатий клавиш или для компенсации небольших ограничений персонажа. Многие люди используют те же аббревиатуры в текстовых сообщениях и обмена мгновенными сообщениями, а также в социальных сетях. Акронимы, символы клавиатуры и аббревиатуры являются общими типами интернет-сленга. Новые диалекты сленга, такие как leet или Lolspeak, развиваются как сетевые интернет-мемы, а не для сохранения времени но это не делает их менее популярными.

**Мотивы появления сленга.** Основная мотивация использования сленга, уникального для Интернета, - это облегчить общение. Однако, в то время как ярлыки интернет-сленга экономят время для писателя, они требуют в два раза больше времени, чтобы понять читателем, согласно исследованию университета Тасмании. В отличие от живого общения, сленг в интернете часто является способом указания членства в группах, Интернет-сленг предоставляет канал, который облегчает и ограничивает нашу способность общаться способами, которые принципиально отличаются от тех, которые встречаются в других семиотических ситуациях. Многие из ожиданий и практик, которые мы связываем с устным и письменным языком, больше не применимы. Сам Интернет идеально подходит для появления нового сленга из-за богатства среды и доступности информации. Сленг таким образом мотивирован на «создание и поддержание онлайн-сообществ». Эти сообщества, в свою очередь, играют роль солидарности или идентификации по исключительной или общей причине. Дэвид Кристал выделяет среди пяти областей Интернета, где используется сленг, следующее:

*Веб, электронную почту, асинхронный чат* (например, списки рассылки), *синхронный чат* (например, интернет-ретранслятор) и *виртуальные миры*. Электронный характер канала оказывает фундаментальное влияние на язык среды. Параметры связи ограничены характером оборудования, необходимого для доступа к Интернету. Таким образом, продуктивная лингвистическая способность (тип информации, которая может быть отправлена) определяется заранее заданными символами на клавиатуре, а восприимчивая лингвистическая способность (тип информации, которую можно увидеть) определяется размером и конфигурацией экрана. Кроме того, как отправитель, так и получатель лингвистически ограничены свойствами интернет-программного обеспечения, компьютерного оборудования и сетевого оборудования, связывающего их. Электронный дискурс относится к письму, которое «очень часто читается, как если бы оно говорилось - то есть, как будто отправитель писал разговоры».

**Происхождение.** Интернет-сленг возник в первые дни Интернета с некоторыми условиями, предшествующими Интернету. Интернет-сленг используется в чатах, социальных сетях, онлайн-играх, видеоиграх и в онлайн-сообществе. С 1979 года пользователи сетей связи, такие как Usenet, создали свою собственную стенографию.

**Типы сленга.** Интернет-сленг не является однородным языковым разнообразием. Скорее, он отличается в зависимости от пользователя и типа интернет-ситуации. Тем не менее, в языке интернет-сленга все еще есть элемент предписывания, как видно из руководства по стилю, например, *Wired Style*, который специально нацелен на использование в Интернете. Тем не менее, немногие пользователи сознательно прислушиваются к этим рекомендациям по СМС, а скорее адаптируют свои стили на основе того, с чем они сталкиваются в Интернете. Хотя трудно составить четкое определение интернет-сленга, могут наблюдаться следующие типы сленга.

1) *Письменные омофоны.* В эту группу включены аббревиатуры например «CU» или «CYA», что означает «увидимся». Однако аббревиатура

представляет собой подмножество сокращений и формируется из исходных компонентов слова. Примеры общих сокращений включают «LOL» для «смеяться вслух» и «BTW» для «кстати». Есть также комбинации обоих, таких как «CUL8R» для «увидимся позже».

2) *Пунктуация, капитализация и другие символы.* Такие функции обычно используются для акцентов или подчёркивания. Периоды или восклицательные знаки могут использоваться повторно для акцентов, таких как «.....» или «!!!!!!!!!!». Вопросительные знаки и восклицательные знаки часто используются вместе в таких строках, как «?!?!?!?!» Когда кто-то злится, задавая вопрос. Грамматическими правилами пунктуации пренебрегают в Интернете. «e-mail» может просто выражаться как «email», и апострофы можно отбросить, чтобы «John's book» стала «johnsbook». Примеры капитализации включают «STOP IT», который может передать более сильную эмоцию раздражения, а не «остановить ее». Жирный шрифт, подчеркивание и курсив также используются в целях подчёркивания чего-либо.

3) *Ономатопея и / или Звукоподражательные стилизованные надписи.* Звукоподражательные написание также стало популярным в Интернете. Один из известных примеров - «hahaha», чтобы указать на смех. Ономатопея написания очень специфичны для языка. Например, на испанском языке смех будет записан как «jajaja». На корейском языке это "kekeke"

4) *Написанные клавиатурой эмодзи и смайлики.* Смайллки, как правило, находятся на веб-форумах, мессенджерах и онлайн-играх. Они специфичны для культуры, и некоторые смайллки встречаются только на некоторых языках, но не в других. Например, японский эквивалент смайликов, каомојі (буквально «знаки лица»), фокусируются на глазах вместо рта, как на западных смайликах. Они также должны быть прочитаны справа вверху, как в «^ \_ ^», а не в боковом направлении «: 3». Совсем недавно, чем лица смайликов, появились другие символы эмоций, такие как

«<3» (который является боковым сердцем). По сравнению с смайликами, используемыми в западных культурах, таких как США, kaomoji играют очень важную социальную роль в онлайн-дискурсе.

5) *Прямые запросы*. Их можно найти в чат-механизмах, таких как Интернет-ретрансляторы или онлайн-игры, в которых личности могут быть скрыты. Поэтому такие вопросы, как «A/S/L?», что означает «возраст, пол, местоположение» Часто употребляются

6) Литспик, или 1337 «leet», является альтернативным алфавитом для английского языка, который использует различные комбинации символов ASCII для замены латинских букв. Например, Википедия может быть выражена как «\ / \ / 1 | <1p3 [] 14». Он возник из-за взлома компьютеров, но его использование было расширено и для онлайн-игр. Leet употребляется сейчас гораздо реже, чем в первые десятилетия Интернета.

7) *Новые синтаксические структуры*. Необычные синтаксические структуры, такие как «I can has Cheezburger?» И «You are doing me a frighten» были и распространены как очень успешные мемами. Плюрализация «the internets» - еще один пример, который стал обычным явлением, поскольку он использовался Джорджем У. Бушем во время телевизионного мероприятия.

8) *Флейминг* – Flaming – относится к использованию грубых или оспариваемых языков во взаимодействиях между пользователями Интернета. Это может быть вызвано вспыльчивой природой пользователей. Например, между пользователями Windows и классическими Mac OS/macOS существует постоянная дискуссия о том, что является «превосходным». Исторически, акт флейминга был описан как неотъемлемое качество электронных писем из-за отсутствия визуальных и слуховых сигналов в компьютерно-опосредованной коммуникации (СОС)

#### 9) *Падонкаффский жаргон*

Ольбанский язык - это русский язык недопонимания. Разработанный пользователями Рунета. Язык вошел в основную культуру, и было предложено преподавать Ольбану в школах. Подобные системы существуют

для других языков с не-романскими сценариями, такими как иврит и арабский.

### **1.5. Рассмотрение особенностей интернет-сленга**

Проводились дебаты о том, как использование сленга в Интернете влияет на использование языка вне технологии. Хотя прямая причинно-следственная связь между Интернетом и языком еще не доказана никакими научными исследованиями, Интернет-сленг образовал разделенные взгляды на его влияние на стандарт использования языка в коммуникациях, не связанных с компьютером. Прескриптивисты склонны распространять мнение о том, что Интернет отрицательно влияет на будущее языка и что это приведет к ухудшению стандарта. Некоторые даже приписывают любое склонение стандартного формального английского к увеличению использования электронной связи. Также было высказано предположение о том, что языковые различия между стандартным английским языком и интернет сленгом могут иметь последствия для обучения и грамотности. Это иллюстрируется широко распространенным примером школьного эссе, представленного шотландским подростком, в котором содержится много аббревиатур и сокращений, сравниваемых с языком SMS. Было большое осуждение этого стиля со стороны средств массовой информации, а также просветителей, которые выразили мнение, что это свидетельствует о снижении уровня грамотности или лингвистических способностей. Однако, дескриптивисты констатировали, что Интернет позволяет лучше выражать язык. Вместо лингвистических конвенций лингвистический выбор иногда отражает личный вкус. Также было высказано предположение о том, что в отличие от намеренно пренебрегающих языковых соглашений, Интернет-сленг является результатом отсутствия мотивации для мониторинга речи в Интернете. Хейл и Сканлон описывают язык в электронных письмах как результат написания того, как люди говорят, и что



нет необходимости настаивать на стандартном английском. В частности, английские пользователи имеют обширную традицию руководств по этикетам вместо традиционных предписывающих трактатов, которые предлагают указатели на лингвистическую целесообразность. Использование и распространение интернет-сленга также способствует культурной ценности языка. Это важно для ораторов языка благодаря основанию, которое оно обеспечивает для идентификации внутри группы, а также для определения индивидуальной лингвистической и коммуникативной компетенции человека. Результатом является специализированная субкультура, основанная на использовании сленга. Например, в научных исследованиях было обращено внимание на использование интернет-сленга в этнографии и, что более важно, на то, как интерактивные отношения онлайн изменяются структурно, потому что используется сленг. На немецком языке уже имеются значительные противоречия в отношении использования англицизмов вне интернета. Эта ситуация еще более проблематична в компьютерных коммуникациях, поскольку в жаргоне среды преобладают английские термины. Крайний пример перспективы борьбы с англицизмами можно наблюдать из правил чата на христианском сайте, который запрещает все англицизмы («DasVerwendenvonAnglizismenistunstagag!» Использование англицизмов строго запрещено!), и также переводит даже фундаментальные термины в немецкие эквиваленты.

### **1.6. Определение современного дискурса**

, или (от фр. *discours* — речь, выступление) в общем смысле — речь, процессы языковой деятельности и предполагающие их системы понятий. Развитие науки в XVII—XVIII вв. привело к построению различных интерпретаций интуитивного и дискурсивного познания.

Дискурс связывают с активностью языка, соответствующей особой языковой сфере и обладающий особой лексикой. Кроме того, продуцирование дискурса осуществляется по определённым правилам

(синтаксиса) и с определённой семантикой, откуда возникает его ограничительный характер. Дискурс тем самым создается в определённом смысловом поле и призван передавать определённые смыслы, будучи нацелен на коммуникативные действия со свойственной им грамматикой. Решающим критерием дискурса оказывается особая языковая среда, в которой создаются языковые конструкции. В соответствии с этим пониманием дискурс — это «язык в языке», то есть определённая лексика, семантика, прагматика и синтаксис, проявляющие себя как идеология в актуализируемых коммуникативных актах, речи и текстах.

В этой связи дискурс в 1960—1970-х гг. 20в понимался как связанная последовательность предложений или речевых актов. В таком понимании он может трактоваться как близкий к понятию «текст».

Дискурсивное поле — смесь интеллектуального и социального полей, где социальное взаимодействие переходит в определённый тип практики

### **Процессы, обеспечивающие дискурсивные поля**

1. Воспроизводство общего категориального аппарата — язык общения
2. Поддержание границы дискурсивного поля — в котором границы являются зонами ограниченного понимания или полного непонимания.
3. Наличие общего теоретического каркаса, представляющего собой единый интеллектуальный поток.
4. Силовой характер дискурсивного поля..
5. Тенденция к институализации
6. На основе дискурсивного поля формируется дискурсивное сообщество.

Уже к концу 1980-х гг. под дискурсом начинают понимать сложное коммуникативное явление, сложную систему иерархии знаний, включающую, кроме текста, экстралингвистические факторы (знания о мире, мнения, установки, цели адресата и др.) как идеологические установки, учёт которых необходим для понимания текста. С этим связана традиция, идущая от М. Фуко, которая требует включения в контекст рассмотрения дискурса властных отношений и других идеологических форм, под действием которых

дискурс приобретает социально актуальное значение. В этом смысле сегодня дискурсы имеют важные социальные последствия для отдельных стран и народов, локальных и корпоративных социальных групп

## Выводы по Главе 1

Понятие неологизма изменчиво во времени и относительно: слово остается неологизмом до тех пор, пока говорящие ощущают в нем новизну. Неологизмы – это слова, которые являются абсолютно новыми лексическими единицами для каждого исторического периода. Такие слова еще не успели войти в активный словарный запас, поэтому могут быть не понятны. Английский язык, как и прочие языки, подвержен постоянным изменениям. Лексика наиболее чувствительна к изменениям в социальной, культурной и других сферах жизни

Исследование неологизмов последних десятилетий показывает, что вектор развития английского языка меняется в сторону создания новых слов за счет собственных ресурсов больше, чем заимствование склоняется в сторону словообразовательной деривации.

Способы образования неологизмов по сути неологизмы классифицируются по методам образования. Также следует отметить, что неологизмы образовывались на протяжении веков: Джон Милтон, Джеффри Каусер, Бэн Джонсон, Джон Дон, Сэр Томас Мор и Уильям Шекспир являлись авторами неологизмов ещё до того, как они были классифицированы на разные виды и типы.

Интернет сленг — это язык внутри языка, он появился благодаря тенденциям упрощения речи, присущей пользователям интернета и укоренился благодаря пользователям. Сама манера речи интернет-жаргона очень комфортна для появления интернет-неологизмов и аббревиатур. Однако сленг не причина появления новых слов, скорее, наоборот, современные инновации в обществе и лингвистике влекут за собой образование жаргона в узких кругах общества, что в свою очередь способствует образованию новых неологизмов и способов общения. Интернет-сленг является результатом отсутствия мотивации для мониторинга речи в Интернете.

Современный дискурс зачастую проходит на поле социальных сетей. Эта традиция в настоящее время развилась в социально-конструкционистские подходы к дискурс-анализу. Как отмечают его представители, М. В. Йоргенсен и Л. Дж. Филлипс, под дискурсом нередко понимают при этом «общую идею о том, что язык структурирован в соответствии с паттернами, которые обуславливают высказывания людей в различных сферах социальной жизни».

## ГЛАВА 2. РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ НЕОНОМИНАЦИЙ В СМИ

В средствах массовой информации неологизмы выполняют ту же функцию, что и в языке в целом. Они служат для обозначения новых явлений, предметов, событий. По мнению ученых, появление новых слов определяется экстралингвистическими факторами, одним из которых является разнообразие тем, которые освещаются журналистами. К основным причинам употребления новых слов в современных СМИ, современные ученые относят:

1. Усиление информативности. Большая часть новых слов приходится на сферы, в которых еще нет системы терминов и обозначений.
2. Возникает необходимость дифференцировать различные узкоспециальные понятия.
3. Наличие в международном употреблении устойчивой терминологии.
4. Следование «языковой моде», то есть иностранные заимствования используются для придания тексту престижности, внесения в него эффекта новизны. Большая часть неологизмов, которые присущи современным СМИ, является лексическими, однако в текстах СМИ нередки и семантические неологизмы, но их значительно меньше. Большая часть новых слов – заимствования

Словообразовательная практика средств массовой информации позволяет выработать такие типы образования неологизмов, которые просты в своем морфологическом построении и в то же время разнообразны в семантическом отношении. Однако многие новообразования СМИ нарушают словообразовательные нормы языка зачастую это людям в них и нравится

Если говорить о роли неологизмов в современных СМИ, прежде всего, следует отметить то, что новые слова обновляют язык, делают журналистские тексты современнее и позволяют автору избежать речевых клише и шаблонов. К положительным моментам активного использования неологизмов в текстах СМИ следует отнести и то, что новые слова обладают

большой смысловой емкостью по сравнению с английскими аналогами, к тому же новации выполняют особую стилистическую роль в тексте. Однако применение новых слов не всегда оказывается удачным. Речь идет о случаях, когда в публицистическом тексте неологизмы используются в угоду «языковой» моде. Необходимо понимать, что новые слова в текстах не должны становиться самоцелью, потому что в этом случае они резко ухудшают качество текста, усложняя процесс читательского восприятия. Неологизмы являются средством реализации и составной частью языковой игры, которая необходима в текстах современных СМИ.

Среди целей употребления неологизмов в СМИ можно отнести:

1. Усиление информативности. Большая часть новых слов приходится на сферы, в которых еще нет системы терминов и обозначений.
2. Возникает необходимость дифференцировать различные узкоспециальные понятия.
3. Наличие в международном употреблении устойчивой терминологии.
4. Следование «языковой моде», то есть иностранные заимствования используются для придания тексту престижности, внесения в него эффекта новизны.

Чрезмерное использование неологизмов нередко приводит к потере взаимопонимания между автором и адресатом, что может рассматриваться как акт речевой агрессии — это в равной степени применимо как в межличностной, так и в массовой коммуникации. Трудность коммуникации в этом случае связана с невозможностью мгновенной обратной связи. Если при непосредственном общении какое-либо непонятное для адресата слово можно уточнить, задав вопрос, то в случае массовой коммуникации адресат лишается такой возможности и вынужден пребывать в недоумении, сомневаясь либо в собственной языковой компетенции, либо в компетенции адресата.

Тексты массовой информации стали стилистически неоднородными, в них имеет место отказ от общепринятых способов выражения смысла. Если

тонкости использования чужой речи не доходят до адресата, то коммуникативная дистанция между отправителем и получателем информации увеличивается. Исследователи совершенно справедливо считают, что отсутствие общего языкового пространства есть проявление речевой агрессивности адресата. Нарушение общего языкового пространства возникает прежде всего из-за использования лексики с ограниченной сферой употребления, особенно новейших или малораспространенных заимствований (в том числе терминов), которые делают тексты непонятными.

**Масс медиа** – средства массовой информации. Организационно-технический комплекс, благодаря которому становится возможной передача и централизованное распространение словесной, звуковой и визуальной информации. К средствам масс медиа относятся пресса, кино, телевидение и в настоящее время интернет.

В настоящее время телевидение пользуется очень малой популярностью. Телевидение было почти полностью вытеснено средствами развлечения и информации интернета.

Большинство новых слов в английском берут свое начало из популярных передач и медиа мемов. Рассмотрим пример.

**Мем** (англ. meme) — единица культурной информации. Ричард Докинз предложил идею о том, что вся культурная информация состоит из базовых единиц — **мемов**, точно так же, как биологическая информация состоит из генов; и так же как гены, **мемы** подвержены естественному отбору, мутации и искусственной селекции.

Среди множество слов появившихся по причине мемов имеются как аббревиатуры, так и неологизмы

В истории человека зачастую двигателем прогресса является время, его нехватка и лень. Люди все время пытаются создать инструменты для упрощения жизни и сохранения своего времени. Точно так же и с языком, чем современнее общество тем больше абривиатур и сокращений в нем. В



наше время с появлением интернета и таких вещей как чат рулеток и электронной почты люди все чаще стали сокращать слова, тем самым образовав множество новых аббревиатур и неологизмов.

Что сейчас чаще в кругах молодежи обсуждается? Именно интернет. Последние мемы и тренды интернета, сама популярность этих трендов является двигателем для создания новых слов. Неологизмы в СМИ необходимы для придачи красочности материалу и привлечения внимания

## 2.1. Влияние социальных сетей на развитие английского языка

От unfriend до selfie, социальные медиа явно влияют на язык. Как кто-то, кто пишет о социальных сетях, мы знаем не только о том, насколько быстро эти онлайн-платформы меняются, но и о том, как они влияют на язык, о котором мы пишем. Слова, которые окружают нас каждый день, влияют на слова, которые мы используем. Поскольку значительная часть письменного языка, который мы видим, теперь находится на экранах наших компьютеров, планшетов и смартфонов, язык теперь частично развивается благодаря нашему взаимодействию с технологиями. И поскольку язык, который мы используем для общения друг с другом, имеет тенденцию быть более податливым, чем формальное письмо, сочетание неформального, личного общения и массовой аудитории, предоставляемой социальными сетями, является рецептом быстрых изменений. От введения новых слов к новым значениям для старых слов к изменениям в способе общения, социальные медиа проявляют свое присутствие.

**Новые способы общения.** Алфавитный «суп» акронимов вырос вокруг технологически опосредованного общения для того чтобы нас было легче понять. Большинство людей пользующихся соц-сетями известны все различные аббревиатуры акронимы а так же многие виды общения

**Txtspk.** «Одно из изменений языка, которое, безусловно, было бомбой—это так называемый текстовый говор, смесь часто безгласных

аббревиатур и сокращений»,— сказал профессор Кристалл. Текстовые сообщения — это новый язык, и люди заполняют тексты аббревиатурами, но когда вы на самом деле анализируете их, вы обнаружите, что они ими не являются».

На самом деле только 10% слов в среднем написаны не полностью. Они, может и находятся в меньшинстве, но акронимы, кажется, вызывают раздражение у такого же количества людей, у какого они вызывают радость

Смайлики, такие как ;- ) и акронимы, такие как LOL («смех вслух», который 3 года назад отпраздновал свой 25-й день рождения) добавляют полезные элементы невербальной коммуникации или раздражают людей их чрезмерным использованием. Стивен Фрай однажды взорвал акроним CCTV (замкнутое телевизионное телевидение) за то, что он был «таким мягким, неуклюжим, ритмически нулевым и фонетически забытым словом, если можно назвать это словом». Но его неуклюжее сокращение—одно из многих аббревиатур, которая заняла место в Оксфордском словаре английского языка (OED). И это секрет их успеха – их долговечность

Важным элементом синтаксиса Twitter является hashtag - ключевое слово используемое для категоризации твитов. Hashtags также распространились на другие платформы социальных сетей - и они даже дошли до повседневной речи.

Социальная медиа также вызвала более тонкую революцию в том, как мы общаемся. Мы располагаем более личной информацией, а также общаемся с более широкой аудиторией. Поэтому наши стили общения становятся более неформальными и более открытыми, и это просачивается в другие сферы жизни и культуры. При написании в социальных сетях мы также более лаконичны, быстрее достигаем точки, работаем в рамках творческих ограничений в 140 символов в Twitter или стремимся к краткости в блогах..

**Новые слова и значения.** Facebook также сделал больше, чем большинство платформ, чтобы предложить новые значения для обычных

слов, таких как friend, like, status, wall, page и profile. Другие новые значения, которые появляются на каналах социальных сетей, также отражают темную сторону социальных сетей: тролль уже не просто персонаж из норвежского фольклора, но тот, кто делает оскорбительные или провокационные комментарии в Интернете; Sock-puppet больше не является только марионеткой из старого носка, а самообслуживающейся поддельной онлайн-персоной; И astroturfing больше не просто значит работу на лужайке, а также поддельную рекламу на низовом уровне в Интернете.

Социальные медиа упрощают, как никогда, содействие эволюции языка. Больше не нужно публиковать информацию через традиционные способы привлечения внимания к массам. В то время как журналисты издали самые давние известные сюжеты – все, начиная с 1794 года в «Таймс» до битбоксинга в The Guardian (1987) – сеть была расширена «сетью». Речь идет о Oxford Dictionaries 2013 Word of the Year, selfie: самое раннее использование этого слова было прослежено до австралийского интернет-форума. С форумами Twitter, Facebook и другими каналами социальных сетей, предлагающими мгновенное взаимодействие с широкой аудиторией, никогда не было легче помочь в усилении слов, не придавая никаких усилий.

## **2.2. Влияние интернета на образование неономинаций**

В течение сотен лет технология способствовала эволюции английского языка. В пятнадцатом столетии изобретение типографии установило стандартные методы написания английских слов. Новые приемы пунктуации были изобретены для облегчения чтения печатных текстов, и впервые люди из разных регионов стали соглашаться с грамматикой английского языка. Новые слова были изобретены для описания этих новых технологий, а новые стили речи были изобретены вещателями.

Однако именно Интернет оказал наибольшее влияние на английский язык, полностью изменив его менее чем за два десятилетия.

Отличительной чертой интернет-коммуникации является эффективность. Люди, которые начали использовать электронную почту, а затем и мгновенный обмен сообщениями, сочли целесообразным изобретать совершенно новый мир акронимов, и они распространяются очень быстро через Интернет. В зарубежной науке активно разрабатывается лексикографическое направление в неологии [Джон Айто 2006, братья Бархарт 1995, К.П. Кук 2010, Н.Е. Сандерс 2010], суть которого заключается в описании лексического и грамматического значения неологической единицы с целью ее регистрации в словарях литературного языка.

Акронимы, такие как «brb» и «lol», проникли в обычную речь молодых людей и даже на страницы некоторых уважаемых словарей. Между тем, стало так легко общаться через Интернет, что люди перестали писать вещи ручкой и бумагой. Письма устарели, и все, от школьных проектов до профессиональных отчетов, создается на компьютерах с помощью онлайн-словарей и проверки правописания. Некоторые исследования показали, что молодые люди больше не знают, как писать, потому что они используют программы, которые автоматически корректируют свою работу.

Более чем любая другая технология, интернет способствует изобретению новых слов. Иногда эти слова создаются путем расширения определения существующих слов. «Traffic» использовался для обозначения пешеходного движения, а затем на лошадях и каретах, а затем на автомобилях. Теперь это относится к людям, посещающим веб-сайт.

Такие слова, как «cyberspace» и «virtual», были первоначально изобретены авторами научной фантастики, но они были приняты ранними пользователями Интернета и вошли в более широкую лексику общности.

«Virus» раньше был чем-то, что сделало нас больными, но сегодня это деструктивная программа, распространяющаяся через Интернет. Слово «wireless» первоначально использовалось для радиосвязи, но сегодня оно относится к беспроводному Интернету.

Если мы используем сайт социальной сети, такой как Facebook, мы будем знакомы с «tagging» людей или «posting» чего-то на нашей «wall». Все эти слова в прошлом имели подобные определения, но им был дан новый поворот. Они используются для обозначения виртуальных действий.

С развитием Интернета появился некий новый тип коммуникации, который, по мнению М.А. Кронгауза, занимает промежуточную позицию между письменной (визуальной) и устной коммуникацией. С одной стороны, по способу восприятия и некоторым другим характеристикам – это визуальная речь. Кроме того, участники Интернет-коммуникации могут делать длительные паузы, что недопустимо во время устной беседы. Однако, с другой стороны, по структуре используемого языка данная речь является устной [Кронгауз,<http://www.polit.ru/article/2009/03/19/communication/>].

Повышение диалогичности общения в Интернете приводит к обогащению формальных средств письменной речи. Пользователи виртуальной сети используют эмодзи, зачеркивание текста, разного рода пунктуацию, меняют регистр написания букв для передачи эмоций и выделения основной характеризуется большим количеством аббревиатур, модных слов, мемов, которые получают мгновенную популярность. Наряду с изменением языка появилась тенденция к вариативности написания: англ. accommodation и accommodation–«жилье»; wat и what–«что» и т.д. Это объясняется тем, что до распространения Интернета письменная речь становилась частью массовой коммуникации только после ее проверки корректором и редактором, однако, теперь любой человек вне зависимости от своего образования и рода деятельности может создать текст онлайн и сделать его доступным каждому.

Иногда словам дают совершенно новые определения. «Тролль» был злым существом из скандинавских легенд, но теперь он относится к тому, кто любит надоедать другим людям через Интернет. «Спам» раньше был своего рода «консервированным мясом», но теперь он относится к самовоспроизводящемуся сообщению, часто содержащему рекламу, или пропаганде мошенничества. «Стрим», используемый для обозначения

проточной воды, но теперь это – постоянно обновляющийся поток информации. Иногда Интернет создает новые глаголы из существительных. «Тролль» и «Стрим» могут использоваться как глаголы, а «гугл» – это совершенно новый глагол, который даже был включен в некоторые словари.

Слова, которые были приняты и изменены пользователями Интернета, проходят полный круг, когда они возвращаются в повседневную речь. Слово «тролль» является отличным примером. Под этим словом подразумевалось странное существо, живущее в лесах Северной Европы, и затем это стало употребляться, чтобы сослаться на кого-то, плохо ведущего себя в Интернете. Теперь кого-то можно назвать троллем, когда он\она ведет себя неприлично в реальной жизни. Слово «lurking» является еще одним примером. Оно было принято интернет-пользователями для обращения к тем, кто рассматривает онлайн-общение, не внося свой вклад. Теперь люди используют его в реальной жизни, чтобы обратиться к тому, кто является частью группы, но не присоединяется к разговору, (lurker).

Интернет не давно появился, но он уже оказал огромное влияние на то, как люди общаются. Еще слишком рано судить о том, насколько постоянным будет влияние Интернета на общество и язык помощи на английском языке, но вполне вероятно, что изменения, внесенные людьми в то, как они говорят, будут продолжаться сотни лет. Также возможно, что новая технология придет и заменит Интернет, и акронимы, такие как «lol», будут казаться архаизмами для наших внуков.

### **2.3. Неологизмы в различных сферах общества**

«to google» стало общепринятым глаголом, и многие страны разрабатывают собственный интернет-сленг. Но изменился ли язык в Интернете и все ли в курсе?

Сеть - как центр неологизмов

В апреле 2010 года неофициальное интернет-подшучивание интернет подколотых столкнулось с традиционным и строгим языком в зале суда.

Кристофер Пул, основатель анархической доски объявлений 4Chan, был вызван для дачи показаний во время процесса над человеком, обвиняемым в взломе учетной записи электронной почты американского политика Сары Пэйлин. Во время допроса его попросили дать определение каталог интернет-сленга, который был бы знаком многим онлайн пользователям, но который был полностью непонятен адвокатам. В какой-то момент во время обмена Пулу было предложено определить «rickrolling». Rickroll – это мем или интернет-тренд, который начался на 4chan, где пользователи используют его в основном как приманку и переключатель. Пользователи перенаправляют лиц при помощи гиперссылки на видеоролик Рика Астли, исполняющий «Never Gonna Give You Up», – сказал Пул.

Из диалога на суде показаний Криса Пула на слушании дела о почтовом хаере Сары Палин:

-И термин "rickroll"- вы сказали, что он пытается заставить людей пойти на сайт, где они думают, что это будет одно, но это видео РикаАстли, верно?», -спросил адвокат.

-Да – ответил Пул

-Он был певцом – спросил адвокат.

-Да – ответил Пул

-Это что шутка? – спросил адвокат.

-Да – ответил Пул

Интернет-шутка была всего лишь одним из нескольких терминов, включая «lurker», «troll», «newfag», «Lulz» и «caps», которые господина Пула попросили объяснить суду, казалось бы, сбитому с толку

Но это не удивительно, по словам Дэвида Кристала, почетного профессора лингвистики в университете Бангора, который говорит, что новые разговоры распространяются как лесной пожар среди групп в сети.

Из интервью: Дэвида Кристала, почетного профессора лингвистики Университета Бангора BBC (<http://www.bbc.com/news/technology-10971949>) «Интернет - удивительная среда для языков», - сказал он во время интервью BBC. «Язык меняется медленно, но интернет ускорил процесс этих изменений, чтобы вы их быстрее заметили». Он добавил, что люди, используют каламбуры и игру слов для впечатления своих сверстников, и это довольно традиционная деятельность. «Это похоже на любой значок способности, если вы идете на местный скейтпарк, вы видите, что дети, на скейтбордах благодаря своему опыту со скейтом вытворяют на нём замечательные вещи и сложные финты. «В Интернете вы показываете, насколько вы гениальны, манипулируя языком Интернета».

(<http://www.bbc.com/news/technology-10971949>)

Супер-сленг один из примеров этого проявился в Украине, где письменная вариация национального языка возникла в интернет-блогах и досках объявлений под названием «падронкавский жаргон», в которых слова излагаются фонетически.

Светлана Пиркало сказала на интервью с BBC, что это часто используют для выражения недовольства и не согласия с противоположной стороной.

Игра слов.

Для носителей английского языка существуют культовые сайты, посвященные культовым диалектам. «LOLcat» – фонетическая и намеренно грамматически некорректная подпись, которой сопровождается изображением кошки, и «Leetspeak», в котором некоторые буквы заменяются числами, которые вытекают из кода программирования.

«Существует около десятка этих игр слов, приготовленных толпой гиков, которые, как и все, играют на языковых играх, –сказал профессор Кристалл. «Все они – умные маленькие разработки, используемые очень небольшим количеством людей – тысячами, а не миллионами. Они модные



сейчас, но через 50 лет они будут вокруг меня, я был бы очень удивлен», – сказал профессор Кристалл.

«Возможно, они не читают Шекспира и Диккенса, но они читают и готовят эти удивительные маленькие игры слов и показывают, что они очень креативны. Меня очень впечатлили эти движения», – сказал профессор Кристалл. Старший редактор OED (Оксфордского образовательный словарь) Фиона Мак Ферсон сказала что им нужно удостовериться в том что слово используется в течение хотя-бы 5 лет. Оттуда и, TMI (Too Much Information) и WTF (What The Fuck) в то время как OMG (Oh My God) еще не был включен в ежеквартальные обновления словаря.

Многие возмущаются и задаются вопросом нужны ли эти слова языку вообще.

Но, возможно, такие вещи всегда имели место быть, к примеру TTFN [tata for now] это сокращение из радиопередачи 1940 ого ITMA (It's That Man Again).

Прогресс не стоит на месте, политика, экономика, социальная и техническая сферы претерпевают постоянные изменения, что приводит к появлению всё новых и новых слов в языке. Любой язык является непрерывно изменяющейся и развивающейся системой. Английский язык — не исключение. По В.С. Виноградову, неологизмы — это закрепляющиеся в языке новые слова или значения, которые называют новые предметы мысли. В век повсеместной информатизации, компьютеризации и глобализации таких слов возникает бесчисленное множество, а пройдя необходимые стадии социализации (принятия в обществе) и лексикализации (закрепления в языке), они включаются в активный словарный состав языка и пополняют запас общеупотребительных слов. Так как же возникает новая лексика?

Язык постоянно развивается, и с появлением интернет–технологий и технологий теле–коммуникаций он просто взорвался от притока новых слов. Как от влияния СМИ, так и интернета. Большинство неологизмов в наше время это либо новые технические слова, характеризующие новые научные

явления, технику, оборудования и всевозможные жаргонизмы акронимы и неологизмы образование для общей публики в СМИ и самим обществом на просторах интернета.

Знание неологизмов необходимо не только в социальных сферах общества, но и юридических словарях так как не редко судебные дела, связанные с кибер–пространством сталкиваются с данными выражениями, и знание значений этих выражений способствует рассеиванию каких-либо недопониманий при работе с данными проблемами.

А так же знание неологизмов в СМИ позволяет заинтересовать людей намного лучше, которые имеют представление о современных трендах и популярных жаргонизмах и неологизмах.

#### **2.4. Социальные сети и их влияние на неологизмы**

Социальные сети и интернет постоянно влияют на язык, меняют его, улучшают, делают обширнее.

Сегодня мы уже не можем не замечать активного влияния Интернета на нашу письменную и устную речь, он предлагает новые слова и постепенно замещает русские оригиналы их английскими альтернативами. Многие из этих слов быстро приживаются в нашем словарном запасе и обретают большую популярность среди молодежи. Вот такие слова и лингвистические изобретения Интернета мы рассмотрим в данном разделе. Рассмотрим, каким образом всемирная сеть влияет на нашу речь.

**Интернет изобретает новые слова.** Многие популярные сайты являются виновниками большого количества новых слов в нашей повседневной речи. Возьмите, например, термин *загуглить (to google)*, означающий процесс поиска чего-либо, или слово *лайкать (like)*, используемое на Facebook для отметки понравившегося объявления или комментария. Сюда же отнесем и всеми любимый *аватар* – фотографию или картинку для *профайла* на сайтах социальных сетей.

### **Глобальная сеть полна гибридных языков.**

Английский является самым используемым языком в сети. Более того, многие пользователи Интернета по всему миру, включая страны СНГ, совмещают английские слова с родными, изобретая гибридные языки.

Сегодня в Интернете можно найти такие феномены, как “Hinglish”, смесь хинду и английского, а также “Konglish” – сочетание корейского и английского языков.

### **Интернет влияет на процесс изучения языка.**

Исследования подтверждают, что молодые люди в возрасте от 18 до 24 лет практически всегда используют программы проверки правописания перед тем, как отправить электронное письмо. Это говорит о том, что современные технологии не только облегчают процесс изучения орфографии, но также снижают необходимость знания правил правописания. Все сделает Интернет! Более того, благодаря авто-корректорам в мобильных телефонах, планшетах и программах электронной почты, будущее поколение подвержено риску снижения грамотности и ухудшению знаний орфографии.

### **Старые слова приобретают новое значение.**

Помимо изобретения новых, Интернет также использует уже существующие слова, придавая им новые, современные значения. Например, слово *беспроводной (wireless)*, используемое по отношению к слову *радио* еще с начала 20 столетия, в наши дни идет рука об руку со словом *Интернет*. Еще одним примером является слово *стрим*, которое было заимствованно из английского языка и означает *поток (чаще всего о воде)*. С недавнего времени это слово напрямую используется для описания потока новостей, видео, фотографий и других видов электронной информации в таких социальных сетях, как В Контакте, Twitter и Facebook.

## Выводы по Главе 2

Ни для кого не секрет, что в современных телекоммуникациях сконцентрирована большая часть общественного внимания. Зачастую работники СМИ прибегают к использованию неологизмов для того, чтобы приукрасить свой материал и привлечь больше внимания со стороны зрителя. Эта распространяется как на средства передачи новостей, так и на все возможные развлекательные программы, так как большую часть времени люди тратящие время на СМИ, ищут именно, развлечения. Таким образом с точки зрения лингвистики СМИ влияет на язык, создавая всевозможные тренды и фразы, присущие одной передаче которые со временем способны перерасти в всеобщее достояние, где каждый третий будет употреблять эти выражения вне интерактивного дискурса средств массовой информации.

### **Влияние социальных сетей на развитие английского языка.**

Социальная медиа — краеугольный камень в образовании интернет-неологизмов. Способствует развитию языка, так как неологизмы социальных сетей со временем попадают в копилку языка. Большинство людей, попавших на просторы кибер-пространства, получают свой первый опыт во владении интернет жаргоном и аббревиатурами, как раз из различных социальных сетей, с этой точки зрения можно сказать, что социальные сети носят образовательный характер. Такие сети как Facebook и Twitter пожертвовали более 300 000 слов в копилку языка, и несмотря на то, что лишь 25% из этого материала стали популярными и общепринятыми неологизмами нельзя не подчеркнуть масштабы влияния социальных сетей и их пользователей.

**Влияние интернета на образование неологизмов.** Интернет оказал наибольшее влияние на английский язык, полностью изменив его менее чем за два десятилетия. Более чем любая другая технология, интернет способствует изобретению новых слов. Иногда эти слова создаются путем расширения. За то короткое время что человечество вступило в цифровой век

произошёл скачок во всех сферах науки в том числе и в лингвистической сфере.

### **Неологизмы в различных сферах общества**

Неологизмы охватывают практически все сферы жизни. Пополнение лексического состава английского языка происходит как с помощью заимствований из других языков, так и внутриязыковыми средствами, что вновь и вновь доказывает, что язык — это живая система, в которой как в зеркале отражаются все те изменения, которые имеют место быть в нашей повседневной жизни. Ведь ещё Вильгельм фон Гумбольдт писал: «Язык народа есть его дух, и дух народа есть его язык, и трудно представить себе что-то более тождественное». Значит, чтобы идти в ногу со временем и быть в курсе последних тенденций, переводчик должен не только отслеживать новые грамматические явления, но и заниматься изучением пополнения словарного состава языка, одним из основополагающих источников которого являются неологизмы — слова, расширяющие кругозор и позволяющие говорить о свободном знании как современного, так и классического английского языка.

## Заключение

В результате общественного и научно-технического прогресса английский язык обогатился новыми словами, новыми терминами. Большое количество новых лексических единиц появилось в связи с развитием компьютерной техники. В области современного дискурса происходит бурный процесс экспериментирования, создаются новые тренды, тенденции и, соответственно, новые слова. Особенно много неологизмов появляется в научно-техническом языке в результате бурного прогресса науки и техники.

Интернет-неологизмы являются неотъемлемой частью современного дискурса любого языка. Данный слой лексики используется в основном для удобства в кибер-пространстве

Большая группа неологизмов создана по принципу упрощения речи и придачей большего внимания. При переводе текстов с неологизмами специалисты встречаются с рядом трудностей. Основная же трудность – это уяснение значения нового слова. Собственно перевод неологизма решается путем использования в зависимости от того, к какому типу слов принадлежит данный неологизм. Если новое слово отсутствует в англо-русском словаре, то следует попытаться найти его в англо-английском толковом словаре. Во многих широко известных словарях существуют разделы «Новые слова» (New Words Section). При этом рекомендуется пользоваться словарями самых последних изданий. Многие неологизмы можно найти в словарях и разделах, посвященных сленгу. Тем не менее, словари по объективным причинам не могут в полной мере отражать в своем запасе все вновь появляющиеся слова, хотя бы потому, что лексикографы остерегаются включать в словари так называемые «окказиональные» неологизмы, т. е. индивидуальные новообразования, вводимые отдельными авторами для данного случая. Такие слова часто оказываются «нежизнеспособными» и так же быстро исчезают, как появляются. Неологизм должен восприниматься как нормальное языковое явление, и отсутствие слова в словаре не может служить

препятствием для его перевода, к тому же именно переводческая практика делает наибольший вклад в пополнение лексического состава языка перевода новыми словами, приходящими из других языков.

Появление в языке новых обозначений — обязательный спутник инноваций в области культуры общества. Всякий раз эти обозначения в определенной их совокупности будут выражать и отражать дух эпохи, ее ценности, оценки, идеи. Самой яркой чертой современной культуры признается информационная революция, которая не имеет параллелей в истории человека. Информационная революция нашего столетия привела множество инноваций как в области науки, так и в области лингвистики. Проведённая выпускная квалификационная работа является попыткой классификации неологизмов в современной культуре, ставившей целью подчеркнуть влияние произведённое цифровыми технологиями и обществом на английский язык 21 века.

Как показал анализ новой лексики, в номинации объектов, процессов, явлений отражается влияние СМИ и систем телекоммуникаций. Концептуальная модель современного английского языка неологизмов в зеркале современного общества предстает как достаточно сложная и неоднозначная схема восприятия человеком физического и социального мира. Интенсивное развитие высоких технологий, которое объективно влияет на человека, в сфере неономинации отразилось в структурировании таких понятийных полей, как современный дискурс.

Важно подчеркнуть, что неологизмы, относящиеся к новым информационным технологиям, были обнаружены практически во всех анализируемых концептуальных сферах, что может служить свидетельством глобального влияния компьютеризации и информатизации на обновление словарного состава американского варианта английского языка.

Вместе с тем следует заметить, что такое влияние информатизация, в силу процессов глобализации культуры, оказывает на обновление словарного состава и других языков и, по-видимому, будет оказывать

в будущем, однако такое влияние может иметь иные лингвистические последствия.

Значимость проведенного исследования состоит в дальнейшей разработке теории интернета и СМИ как главных катализаторов образования.

Практическая ценность работы определяется тем, что навыки полученные в ходе исследования пригодятся в дальнейшем в переводческой практике, а так же готовность в будущем к восприятию новых фраз.

В конце концов следует отметить, что неологизмы обогащают и расширяют язык, но также представляют трудности для переводчиков, пока понятия не станут привычными и понятными. Проблема правильного понимания и перевода неологизмов связана с тем, что при современном стремительном развитии науки и техники никакой словарь не в состоянии поспеть за возникновением новых слов и терминов в различных областях знания. Поэтому, если в тексте встречается неологизм, отсутствующий в словаре, переводчик обязан самостоятельно определить его значение, учитывая словообразовательные элементы данного слова и опираясь на контекст



## Список литературы

1. П.Балашова Л. В. Общественно-политическая лексика как источник метафоризации вне политического дискурса / Политическая лингвистика. Вып. 20. - Екатеринбург, 2006. - С. 21-42.
2. Володарская Э.Ф. Заимствование как отражение русско-английских контактов // Вопросы языкознания. М., 2002. № 4. С. 96-118.
3. Волошин Ю.К. Новообразования и собственно неологизмы современного английского языка: автореф. дис. . канд. филол. наук / Ю.К. Волошин; Моск. пед. ин-т им. В.И. Ленина. М., 1971. - 16 с.
4. Гуральник Т.А. Лингвистические маркеры социокультурного пространства в сфере неономинии (на материале американского варианта английского языка). Автореф. канд. дис. Самара, 2006.
5. Дьяков А. И. Причины интенсивного заимствования англицизмов в современном русском языке/Язык и культура. Новосибирск, 2003. -С. 35-43.
6. Куликова В.И. Образование неологизмов в английском языке в результате семантического переосмысления // Вопросы романо-германской филологии. Калининград, 1976.
7. Маркова Е. О неологизмах англоязычного происхождения в современном русском языке, <http://www.ruscenter.ru/624.html>
8. Рындина Н.В. Неологизмы со значением лица в современном английском языке. Моск. пед. ун-т. М., 2001. 19 С. /Рук.деп. в ИНИОН РАН 13.12.01, N 56874.
9. Причины интенсивного заимствования англицизмов в ' современном языке // Язык и культура. Новосибирск, 2003.- С. 35-43.
10. Тихоновская Е. Неология английского происхождения. Коммуникативно-функциональный аспект (в прессе 90-х гг.).
11. Холмогоров В. Основы Web-мастерства. Учебный курс. СПб.: Питер, 2002. – 352 с.
12. «Новые слова и словари новых слов» (1983) – опубликован банк рус.

неологизмов (более 15 000 единиц, 3 алфавитных индекса – I – новые слова, II – слова с новыми значениями, III – новые сочетания).

13. Социальные медиа-неологизмы: морфо-семантический анализ - тезис, представленный департаментом английского, университета Лагоса, Аюба, в частичном выполнении требования к награждению мастера искусств «АкунаОнейдум»

14. Hale, C. and Scanlon, J (1999). Проводной стиль: принципы английского использования в эпоху цифровых технологий. Нью-Йорк: бродвейские книги

15. <http://blog.oxforddictionaries.com/2014/06/social-media-changing-language/>  
Оксфордский блог о том как соцмедиа влияет на язык

16. <https://www.kaplaninternational.com/ru/blog/kak-internet-meniaet-nashy-rech>  
Интернет влияние на язык

17. Котелова Н. З. Неологизмы // Лингвистический энциклопедический словарь. — М.: СЭ, 1990. — С. 331.

18. Кронгауз, <http://www.polit.ru/article/2009/03/19/communication/>

19. интервью Дэвида Кристала, почетного профессора лингвистики Университета Бангора ВВС <http://www.bbc.com/news/technology-10971949>

20. Арнольд И.В. Стилистика современного английского языка. - М.: Просвещение. 1990

21. Александрова О.И. Неологизмы и окказионализмы [Текст] // Вопросы современного русского словообразования лексики и стилистики : науч. Труд / Самарский гос. пед. ин-т. - Самара, 2004.

22. Брагина А.А. Неологизмы в русском языке. М., 2003

23. Земская Е.А. Словообразование как деятельность. М., 1992

24. Козырев В.А., Черняк В.Д. Вселенная в алфавитном порядке. - В кн.: Очерки о словарях русского языка. СПб, 2000

25. Козырев В.А., Черняк В.Д. Словари неологизмов. - В кн.: Очерки о словарях русского языка. СПб, 2000

26. Лопатин В.В. Рождение слова. Неологизмы и окказиональные образования. М., 2003

27. Мельников, Геннадий Прокопьевич. Системная типология языков: принципы, методы, модели/ Г.П. Мельников. - М.: Наука, 2003.
28. Намитокова Р.Ю. Авторские неологизмы: словообразовательный аспект. Ростов-на-Дону, 2003
29. <http://public.oed.com/the-oed-today/recent-updates-to-the-oed/>.
30. [https://nauchforum.ru/archive/MNF\\_humanities/3\(10\).pdf](https://nauchforum.ru/archive/MNF_humanities/3(10).pdf)
31. Мангушев С. В. Изменение лексического состава языка как результат взаимодействия культур (на материале неологизмов русского и английского языков) // Евразийское ожерелье: альманах Общественного института народов Оренбуржья имени Мусы Джалиля. Оренбург, 2010. Вып. 10. С. 220-232.
32. Агузарова, К.К. Проблема перевода неологизмов в английском языке. Труды молодых ученых. 4, 2002 г.
33. Ильина А.Н., Кибасова С.Г.. Словообразование в современном английском языке. Санкт Петербург :СПбГУЭФ, 2012. С. 90.
34. Чернявская В.Е. Дискурс / под ред. М. Н. Кожиной // Стилистический энциклопедический словарь русского языка.. — Москва : Флинта : Наука, 2003. — С. 53-55.
35. Арутюнова Н. Д. Дискурс // Лингвистический энциклопедический словарь. — М.: СЭ, 1990. — ISBN 5-85270-031-2.
36. Бабаян В. Н. Диалог в триаде с молчащим наблюдателем. — Ярославль: РИЦ МУБиНТ, 2008. — 290 с.
37. Чернявская В.Е. Лингвистика текста. Лингвистика дискурса. — Москва: Флинта: Наука, 2013. — С. 194. — ISBN 978-5-9710-0917-7.
38. Чернявская В.Е. Дискурс / под ред. М. Н. Кожиной // Стилистический энциклопедический словарь русского языка.. — Москва : Флинта : Наука, 2003. — С. 53-55.
39. <http://maxkulture.livejournal.com/12549.html>

## Список словарей

1. Финансовые рынки. Новый англо-русский толковый словарь. © АBBYU Software, 2005; © «Экономическая школа», 2005. 11 тыс. статей.
2. Тверитнев М.В. Англо-русский и русско-английский автомобильный словарь. © «РУССО», 2005, 28 тыс. статей (15 тыс. -англо-русский словарь, 13 тыс. русско-английский словарь).
3. Современный англо-русский словарь по машиностроению и автоматизации производства. © «РУССО», 2003, Воскобойников Б.С. 15 тыс. статей.
4. Пройдаков Э.М., Теплицкий Л.А. Англо-русский толковый словарь терминов и сокращений по ВТ, Интернету и программированию. 1998-2004 гг., 12,5 тыс. статей.
5. Новый англо-русский словарь современной разговорной лексики. © «Русский язык-Медиа», 2003, Глазунов С.А. 16 тыс. статей
6. Новый англо-русский медицинский словарь. © «РУССО», 2004, Ривкин В Л. 75 тыс. статей.
7. Новый англо-русский биологический словарь. 72 тыс. статей. © «РУССО», 2003, Чибисова О.И., Смирнов Н.Н. и др.
8. Маркетинг и торговля. Новый англо-русский толковый словарь. © АBBYU Software, 2005; © «Экономическая школа», 2005. 12 тыс. статей.г
9. Большой русско-английский медицинский словарь. ©, «РУССО», 2001, Бенюмович М.С., Ривкин В.Л. и др. 70 тыс. статей
10. Андрианов С.Н., Берсон А.С. и др. Англо-русский юридический словарь. «РУССО», 2003, 50 тыс. статей.
11. Англо-русский экономический словарь. © АBBYU Software, 2001. 50 тыс. статей.
12. Александров А.В. Англо-русский словарь по телекоммуникациям. «РУССО», 2004, 34 тыс.статей.
13. Green J. Bloomsburry Dictionary of New Words. - М.:Вече, Персей. 2000
14. Linguistics, New words in English, Rice University - 2006

15. The Oxford Dictionary of New Words (Paperback) by Sara Tulloch, Elizabeth Knowles, Julia Elliott, 2006
16. Urdang L. Dictionary of Difficult Words. - М.: Вече, Персей. 2006
17. <http://www.oxforddictionaries.com>.
18. <http://www.urbandictionary.com>.
19. Крысин словарь иноязычных слов. М., 1988. С. 12

## Приложение

### Примеры современных неологизмов

**BLAME STORMING** Сидеть группой, обсуждать, почему был пропущен крайний срок, или проект провалился, и кто был ответственен (от слова Brainstorm поднять бурю обвинений)

**SEAGULL MANAGER** Управляющий, который влетает, делает много шума, портит все, а затем уходит (Менеджер чайка)

**ASSMOSIS** Процесс, по которому некоторые люди, поглощают успех и продвижение, пресмыкаясь перед боссом, а не упорно работая.

**SALMON DAY** Опыт тратить целый день на плавание вверх по течению только для того, чтобы вернуться и умереть в конце. (день лосося)

**CUBE FARM** офис, заполненный кабинками. (ферма кубов)

**PRAIRIE DOGGING** Когда кто-то кричит или бросает что-то громко в кубическую ферму, и головы людей всплывают над стенами, чтобы посмотреть, что происходит (степные уклонения)

**MOUSE POTATO** современный аналог couchpotato окруженный проводкой и электроникой

**SITCOM's** (сит-ком) малый доход глава семьи теряет работу и проводит время с детьми и всем смешно...

**STRESS PUPPY** Человек, который, кажется, преуспевает в том, чтобы быть напряженным и постоянно ныть

**SWIPE OUT** Банкомат или кредитная карта, которая оказалась бесполезной, потому что магнитная полоса изношена от широкого использования.

**XEROX SUBSIDY** Эвфемизм для чистки бесплатных фотокопий с рабочего места. (ксероксовые субсидии)

**IRRITAINMENT** Развлекательные и медийные зрелища, которые раздражают, но вы не можете перестать их смотреть. Ярким примером были приключения О. Дж. (ситком) или Дом 2

**PERCUSSIVE MAINTENANCE** Прекрасное искусство избиения электронного устройства, чтобы заставить его работать снова.

**ADMINISPHERE** Разреженные организационные слои начинаются чуть выше рядовых. Решения, которые выпадают из админисферы, часто глубоко неуместны или не имеют отношения к проблемам, которые они должны были решить.

**404** Кто-то, кто без понятия. Из сообщения об ошибке 404 WorldWideWebNotFound, что означает, что запрошенный документ не может быть найден.

**GENERICA** Особенности американского ландшафта, которые точно такие же, независимо от того, где они находятся, например, суставы быстрого питания, пруды, подразделения

**OHNOSE COND** Эта небольшая часть времени, в которой вы понимаете, что вы только что совершили БОЛЬШУЮ ошибку.

**WOOFYS** Ухоженные пожилые люди